

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สาขาปศุสัตว์เป็นสาขาหนึ่งของภาคการเกษตรที่ยังคงมีความสำคัญ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการเกษตรสาขาอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตที่ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมอื่น ๆ ในระบบ ความสำคัญนอกจากใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ส่วนหนึ่งก็ได้ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศเป็นการเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่ประเทศได้อีกทางหนึ่ง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาทางด้านอุปทานของสาขาปศุสัตว์โดยรวมแล้ว พบว่าในแต่ละประเภทของปศุสัตว์ในแต่ละปีมีปริมาณการผลิตที่ขึ้นลงอยู่ตลอดเวลาไม่เสถียร แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการผลิตที่ขึ้นลงนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ผันผวน เพียงแต่เป็นการขึ้นลงที่แปรผันไปตามระดับของปริมาณอุปสงค์และอุปทานในตลาดผ่านดัชนีราคาโดยปกติเท่านั้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2547)

เมื่อพิจารณาทางด้านอุปสงค์ พบว่าอุปสงค์ส่วนใหญ่เป็นอุปสงค์ของการบริโภคภายในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งเป็นอุปสงค์ของตลาดต่างประเทศ โดยปริมาณและมูลค่าการส่งออกเกือบทั้งหมดจะมาจากเนื้อไก่ สุกร โค เป็นสำคัญ โดยเนื้อไก่มีสัดส่วนที่สูงที่สุดของปริมาณและมูลค่าสินค้าปศุสัตว์ส่งออกทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2547)

เมื่อพิจารณาเฉพาะเนื้อไก่ ซึ่งจัดอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง จะเห็นได้ว่าเป็นสินค้าปศุสัตว์ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการส่งออกสามารถนำรายได้เข้าประเทศโดยเฉลี่ยปีละ 2 หมื่นล้านบาท ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญโดยจัดให้ผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่อยู่ในกลุ่มสินค้าที่ต้องเร่งรัดการส่งออกทำให้ประเทศไทยก้าวขึ้นมาเป็นประเทศผู้ส่งออกไก่เนื้อที่สำคัญติดอันดับหนึ่งในสิบของโลก (FAS post reports, 2004) โดยที่อุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นแช่แข็งเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลการเชื่อมโยงสูง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจผลิตลูกไก่พันธุ์ อาหารสัตว์ ธุรกิจจำหน่ายเวชภัณฑ์ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการเลี้ยง ธุรกิจโรงชำแหละและแปรรูปเนื้อไก่ ตลอดจนธุรกิจการส่งออกชิ้นส่วนเนื้อไก่ชำแหละแช่เย็นแช่แข็งและผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่แปรรูป

ในด้านตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย พบว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยมีเพียงไม่กี่ประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เยอรมัน ลิงค์โปร์ ฮองกง และเนเธอร์แลนด์ โดยเฉพาะญี่ปุ่นเป็นประเทศลูกค้าที่สำคัญของไทย โดยสัดส่วนการส่งออกอยู่ในช่วงร้อยละประมาณ 78-84 ของปริมาณการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย (มาฆะสิริและคณะ, 2540) รองลงมาได้แก่ประเทศเยอรมัน ลิงค์โปร์ ฮองกง และเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่สำคัญของไทย แต่ก็ได้มีการนำเข้าสินค้าจากอีกหลายประเทศที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน และบราซิล ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับจีนตั้งแต่ปี 2537 เป็นต้นมา (ชโยดมและคณะ, 2542) และในตลาดประเทศญี่ปุ่น มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่มีแนวโน้มลดลงเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับจีน (อภิจิตตรา, 2543; จิระนัย, 2544)

การผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยเป็นสินค้าเกษตรในสาขาปศุสัตว์ที่มีการแปรรูปค่อนข้างน้อยประเภท ทำให้ฐานสินค้าส่งออกค่อนข้างแคบ ขาดความหลากหลาย ในขณะเดียวกันการส่งออกยังต้องพึ่งพิงตลาดหลักเช่น ญี่ปุ่น จึงมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากภาวะผันแปรทางเศรษฐกิจในตลาดหลักเหล่านั้นได้โดยง่าย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะหันมาให้ความสนใจกับตลาดในบางกลุ่มประเทศที่มีอำนาจในการซื้อสูง ดังเช่นในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางบางประเทศ ซึ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยเข้าไปในตลาดกลุ่มนี้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาโดยเฉพาะโดยเรียกว่า อาหาร “ฮาลาล” (Halal food) ประเทศไทยได้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมานานแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่ส่งไปตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้น (สุดาพร, 2544) ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยที่เป็นที่ต้องการและได้มีการส่งออกไปยังประเทศมุสลิมหลายประเทศจนเป็นที่ได้รับความนิยมแพร่หลายได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารแช่แข็งต่างๆ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป, ซอสปรุงรสต่างๆ เป็นต้นจึงนับได้ว่าเป็นตลาดที่สำคัญของอาหารฮาลาลไทยตลาดหนึ่งในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นประเทศที่มีอำนาจในการซื้อที่สูง โดยเฉพาะประเทศคูเวต ซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวตั้งแต่ 4,343 เหรียญสหรัฐฯ ถึง 16,166 เหรียญสหรัฐฯ และมีประชากรมุสลิมจำนวนมากโดยมีประชากรรวม 205.7 ล้านคน เป็นมุสลิม 194.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 94.5 ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งรวมถึงผลิตภัณฑ์ นับเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลประเภทหนึ่งที่ส่งออกไปยังประเทศตะวันออกกลางและประเทศมุสลิมต่างๆ ซึ่งสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยนั้นมีการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ หลายประเทศ ซึ่งมูลค่าการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แสดงถึงคู่ทางการขยายตลาดส่งออกที่แจ่มใสในตลาดนี้ของประเทศไทย แต่เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาดกลับน้อยอยู่ในช่วงร้อยละ 1.80-3.00 เมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ อีกทั้งปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นปริมาณที่ปรับตัวขึ้นลง

อยู่ตลอดเวลา สำหรับตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่สำคัญได้แก่ ประเทศคูเวต, ซาอุดีอาระเบีย และสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์

โดยปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ ระหว่างปี 2533-2538 มีแนวโน้มโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น(สุดาพร, 2544) แต่ในระหว่างปี พ.ศ. 2540-2544 กลับมีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของประเทศไทยในช่วงเวลาเดียวกันนี้คือ ปี พ.ศ. 2540-2544 กลับมีมูลค่าที่ปรับตัวขึ้นลงไม่แน่นอนในแต่ละปี จึงเป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ควรจะศึกษาว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุใด และภายหลังจากวิกฤติการณ์ใช้วัคซีนที่แพร่ระบาดทั่วเอเชียสถานการณ์การตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในกลุ่มประเทศนี้จะเป็นอย่างไรร

ดังที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศที่มีประชากรมุสลิม อย่างเช่นกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนั้น นับได้ว่ามีความสำคัญในการที่จะทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัว และสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ อีกทั้งการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศนี้ ทำให้ประเทศไทยสามารถกระจายความเสี่ยง โดยเฉพาะในภาวะที่มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ จากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น ญี่ปุ่น เป็นต้น จากความสำคัญดังกล่าว ฉะนั้น ควรมีการศึกษาถึงการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก รวมทั้งหาช่องทางขยายตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาดส่งออก ขั้นตอนการส่งออก และมาตรการทางการค้าที่มีผลต่อการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางคือ สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และ คูเวต
2. เพื่อคำนวณดัชนีความสามารถในการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ว่ามีความได้เปรียบหรือสูญเสียความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้งหมด ในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ
3. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาลของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งทั้งหมดในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสภาพทั่วไปในการผลิต ต้นทุน การตลาดส่งออก และมาตรการทางการค้าที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย รวมถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต และการตลาด เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ผู้ส่งออก ใช้ในการวางแผนธุรกิจ และเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

2. ผลจากการวิเคราะห์ที่ได้จากการคำนวณดัชนีความสามารถในการแข่งขัน สามารถใช้เป็นดัชนีที่สะท้อนให้เห็นถึงสถานภาพของอุตสาหกรรมไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยว่าอยู่ในช่วงใด มีแนวโน้มที่จะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันหรือไม่ เพื่อที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ ผู้ส่งออก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการในการส่งเสริม และมาตรการในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดโลก

3. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร มีสาเหตุมาจากปัจจัยใดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อที่จะได้ใช้ข้อมูลนี้สำหรับภาครัฐและ ผู้ส่งออก กำหนดเป็นแนวทางในการหาทางเพิ่มส่วนครองตลาดให้มากขึ้น รวมถึงรักษาตลาดเดิมไว้

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ประเภทไก่สดแช่เย็น พิกัด 0207210005 และ ไก่สดแช่แข็ง พิกัด 0207410101 ไม่รวมไก่แปรรูป

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลทุติยภูมิ อันประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ลักษณะและสภาพการผลิต การตลาดส่งออก ขั้นตอนการส่งออกกฎระเบียบการส่งออก และ มาตรการทางการค้าที่มีผลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย นอกจากนี้ยังได้รวบรวมข้อมูลอนุกรมเวลาเกี่ยวกับปริมาณการผลิต ปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออก ราคาส่งออก ปริมาณการนำเข้า มูลค่าการนำเข้า ราคานำเข้าของประเทศผู้นำเข้า และประเทศผู้ส่งออก ตลอดจนปริมาณผลผลิตตั้งแต่ปี 2540-2546 ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากการรวบรวมเอกสาร รายงาน การศึกษา บทความ งานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนสถิติจากหน่วยงานราชการ และเอกชนที่ได้รวบรวมเอาไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมปศุสัตว์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมพาณิชย์สัมพันธ์ รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศ เช่นองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Economic and Social Commission for Asia and Pacific : ESCAP) สมาคมผู้ผลิตไก่สดแช่เย็นส่งออก สำนักจุฬาราชมนตรี สมาคมผู้ผลิตอาหารฮาลาล และสถานทูตประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญเป็นต้น

1.5 นิยามศัพท์สำคัญ

1. ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง หมายถึง ชิ้นส่วนของเนื้อไก่ที่ชำแหละแล้ว นำมาแช่เย็นแช่แข็ง
2. ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งฮาลาล หมายถึง ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งที่ได้ผ่านกระบวนการเชือดและชำแหละตามหลักการศาสนาอิสลาม และได้รับการรับรองผ่านเครื่องหมาย “ฮาลาล” จากสำนักจุฬาราชมนตรี
3. ปศุสัตว์ หมายถึง สัตว์ที่เลี้ยงไว้ในลักษณะเป็นคอก กลุ่ม หมู โดยไม่รวมถึงสัตว์น้ำ โดยมีวัตถุประสงค์เลี้ยงเพื่อการบริโภค ประกอบไปด้วย โค กระบือ สุกร และสัตว์ปีกประเภทต่าง ๆ